# marketing board statistics

# canada 1983-84

Agriculture Canada

Canada

85-6356/

# A Statistical Summary of MARKETING BOARDS IN CANADA 1983-84

J.M. Sullivan

Edited and published by
Co-operatives Section
Marketing and Economics Branch
Agriculture Canada
Sir John Carling Building
Ottawa K1A 0C5

©Minister of Supply and Services Canada 1985

Marketing and Economics Branch

# Marketing Boards 1983-1984

## Introduction

This report is the twenty-seventh edition of its kind published on an annual basis by Agriculture Canada. It features statistics and a review of the operating results of agricultural marketing boards in Canada. The tables were prepared from basic data supplied by the individual boards in response to a mail survey taken in conjunction with the provincial governments. No evaluation was attempted. The continued assistance of all involved is gratefully acknowledged.

This report considers only boards affecting agricultural products. All types of agricultural bodies that perform marketing board functions (agencies, boards, commissions, federations, etc.) are included, whatever their degree of producer control or their legal designation. Although some bodies are government agencies rather than producer boards, all are presented in order to indicate the extent of marketing board participation in moving agricultural products from the farm gate into the food marketing system.

A marketing board has been defined as "a compulsory horizontal marketing organization for primary and processed natural products operating under government delegated authority. The compulsory feature means that all farms producing a given product in a specified region are compelled by law to adhere to the regulations of a marketing plan. The horizontal aspect means that marketing boards control the output of all farms participating in the particular marketing scheme and that they aggregate the supply from all farms up to a chosen or permitted level. Government authority through legislation is essential to achieve the required compulsion. The power of the boards utilizing this authority is generally wide enough to affect the form, time and place of sales and directly or indirectly, the prices."[1]

Over the years, however, as the marketing board system has evolved not all boards would meet the aforementioned criteria. Some boards, although operating as marketing boards in most respects and although established under marketing board legislation, are not compulsory. Producers may choose whether to participate or not. These boards are included in the statistics, nevertheless, in the earlier mentioned interest of covering the whole extent of marketing board participation in the agricultural marketing system.

Marketing boards are regulated by either the federal or provincial governments or both. A provincial board has jurisdiction over an agricultural product produced and sold within the province. Goods passing into interprovincial and export trade come under federal jurisdiction. Under the Agricultural Products Marketing Act of 1949, however, a provincial board may have its authority over a product produced in that province expanded to include its regulation in interprovincial and export trade. As of recent years, about three-quarters of the boards, i.e., all those requiring it, have been granted this authority. Four boards established under federal legislation have been operating national marketing plans for industrial milk, eggs, turkeys

[1] G A Hiscocks, "Market Regulation in Canada", *Canadian Farm Economics*, Economics Branch, Agriculture Canada, June 1972, p 20

and chickens in conjunction with the provincial boards responsible for these products (except for the broiler board in Alberta and the milk board in British Columbia which were not members of their respective national plans in 1983-84. However, the Alberta board, since mid-1983, has been participating in a working agreement with the national chicken board to control production in the province and the British Columbia board returned to the national plan as of November 1, 1984). A fifth federal board acts as the marketing agent for most of the grain grown in the Prairie Provinces.

Marketing board functions may include negotiating prices, designating specific sales agents, establishing marketing quotas, setting transportation allowances or other matters related to the marketing of specific agricultural commodities. Some marketing boards may collect levies from persons producing or marketing a product. The levies are used in performing the functions of the boards which may include the equalization of returns to producers.

In the tables the data are presented for only one federal board, the Canadian Wheat Board (CWB). Producers' receipts under the Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) and the Canadian Chicken Marketing Agency (CCMA), are attributed to the provincial boards through which they originate. Data on the Canadian Dairy Commission (CDC), which co-ordinates the national market-sharing plan for industrial milk, are also attributed to the appropriate provincial boards. All other boards operate under provincial authority.

## Statistical review

Producer receipts through marketing boards were almost unchanged in 1983-84, rising a slight $95 million, or 0.9 percent.

Small decreases in Canadian Wheat Board, dairy and hog board returns were almost balanced by gains in most of the other marketing board sectors, many of which were recovering from bad years in 1982-83.

The most outstanding event in reviewing marketing board results for the period was a decline in receipts through dairy boards for probably the first time in living memory. Returns to producers dropped $151 million or 5 percent. It was a time of adjustment for dairy farmers. With a build-up of stocks owing to surplus production and falling consumption, along with massive surpluses in world dairy markets, the Canadian Dairy Commission implemented drastic measures in late 1982 to bring production and consumption into balance. These included severe quota cut backs, increased producer levies, and the assignment of full financial responsibility for over quota production to the provinces, as the Commission strove to rationalize the situation in this basic and traditional Canadian industry.

Grain boards (excluding the Canadian Wheat Board) showed the greatest percentage gain with receipts doubling, as the Ontario winter wheat board bounced back with a normal crop after the disaster of the previous year. In a similar vein, tobacco board returns rebounded from the frost hit Ontario crop of 1982-83. Receipts at $383 million, however, only slightly exceeded those of 1981-82 as a world over-supply situation kept a lid on prices. Growers production expenses continued rising, however, with an even tighter squeeze in prospect for 1984-85. Thus, in response to grower representations, steps were taken at the federal level which could lead to the establishment of a national tobacco board to attempt to balance out the interests of growers, manufacturers and consumers.

Canadian Wheat board returns eased about 2 percent. Although the export goal of 30 million tonnes was accomplished in 1983-84, one year ahead of schedule, grain prices were under severe pressure as ample world supplies made for an extremely tough marketing situation. The soybean market, unlike that for grain, was quite favorable, however, as drought conditions in the U.S. reduced world production and pushed up prices. Although soybean production in Ontario was also down by 18 percent due to drought, overall returns through the soybean board rose 13 percent.

Vegetable board returns rose across the country on lower production domestically, as well as in Europe and parts of the U.S., and consequently higher prices. But the big contribution came from the potato boards in New Brunswick and Prince Edward Island. These two provinces, with only slightly reduced production, cashed in as much lower potato production in most of North America and Europe caused prices to double. Returns through fruit boards rose about $19 million for most of the same reasons as vegetables; lower global production. Apples and grapes provided most of the lift, including the purchase of surplus Ontario grapes by the federal Agricultural Products Board for resale to brandy producers.

Poultry board returns edged up about 4 percent in the period. Broiler returns rose almost

10 percent on tighter supplies and correspondingly higher prices. Turkey returns were unchanged. Lower pork prices and high unemployment pushed down prices which was offset by increased consumption. Egg producers enjoyed higher prices and receipts but at the expense of lower consumption and consequent surpluses which had to be purchased by the Canadian Egg Marketing Agency for sale at lower prices as breakers. Consequently CEMA voted a 5 percent cut in the production quota starting in January 1984.

Wood board receipts rebounded with the general economy as the pulp and paper industry, very sensitive to the business cycle, purchased more inputs as gross national product rose from the depths of the 1982 recession. The bean board in Ontario was another rebound story in 1983-84. An over-supply situation in the previous year was reversed and the resulting rise in prices caused total returns to rise by almost a third. Returns through hog boards declined 4 percent as prices plunged in reaction to increased marketings, particularly in the United States.

The number of active marketing boards showed a fairly substantial change as compared to recent years, up by 6 to 125 (Tables 2 and 3). The western provinces, Ontario and Newfoundland, each had one more regular board operating in the period, while Quebec contributed four new boards to the educational and promotional group. The number of inactive boards rose to five with the addition of the maple products board in Quebec and the total of all boards rose by 8 to 135.

Marketing board membership rose about 18,000 in the year owing to the new beef board in Manitoba, the recovery year for the winter wheat board in Ontario and the addition of the new promotional boards in Quebec.

Share of farm cash receipts under marketing boards rose 2 percentage points for the year to 59 despite a drop of one point in grains to 83 percent. Strong gains were made by fruit, vegetables due to Maritime potatoes, "other" -- mostly in tobacco and wood, and to a lesser extent by hogs, poultry and eggs. Oilseeds, despite a rise in the value of marketings, were the only group besides grain showing a loss of share as canola, rapeseed and flaxseed, which are not under marketing boards had proportionately greater increases than the soybean board in Ontario.

On a provincial basis marketing board share showed some substantial changes. Newfoundland led the list, rising 24 percentage points to 65, with the inclusion of dairy board receipts for the first time. New Brunswick and Prince Edward Island had gains of 23 and 19 percentage points respectively, as their marketing values in the volatile potato business soared in the year. British Columbia's share rose a significant eight points as receipts were attributed to their hog board which was included as a regular, rather than a promotional board, as had been the case in previous years. Quebec, with a slight decline of one percentage point, was the only province down in the year, while Alberta's and Saskatchewan's share were unchanged. Quebec, the biggest milk producing province, was adversely affected by the decline in dairy receipts. Ontario, the largest province in terms of farm cash receipts, edged ahead of Saskatchewan as the leader in producers' receipts through marketing boards.

Two new marketing boards were established in 1983-84:

-- the Saskatchewan Pulse Crop Development Board, and
-- the Prince Edward Island Plant Tissue Marketing Commission.

A directory of all the agricultural marketing boards in Canada is available from the Co-operatives and Producer Marketing Organizations Section, Marketing and Economics Branch, Agriculture Canada.

TABLE 1. PRODUCTS UNDER MARKETING BOARD JURISDICTION IN CANADA, 1983-84[a]

| Province | Products |
|---|---|
| British Columbia | Grains, tree fruits, cranberries, grapes for processing, mushrooms, vegetables, hogs, sheep and wool[b], dairy products, broilers, turkeys and eggs |
| Alberta | Grains, potatoes[b], fresh and processing vegetables, cattle[b], hogs, sheep and wool[b], dairy products, broilers, turkeys, eggs and fowl and hatching eggs |
| Saskatchewan | Grains, vegetables, hogs, sheep and wool, dairy products, broilers, turkeys and eggs |
| Manitoba | Grains, vegetables, beef, hogs, dairy products, broilers, turkeys, eggs and pullets and honey |
| Ontario | Winter wheat, seed corn, soybeans, apples, tender fruit, grapes fresh and for processing, potatoes fresh and for processing, asparagus, rutabagas, greenhouse vegetables, vegetables for processing, tomato seedling plants, burley and flue-cured tobacco, white and yellow eye beans, hogs, dair, tender fruit, grapes fresh and for processing, potatoes fresh and for processing, asparagus, rutabagas, greenhouse vegetables, vegetables for processing, tomato seedling plants, burley and flue-cured tobacco, white and yellow eye beans, hogs, dairy products, broilers, turkeys and eggs |
| Quebec | Grains[b], apples, blueberries[b], potatoes, vegetables and processing, cigar, pipe and flue-cured tobacco, beef[b], hogs[b], sheep and lambs[b], dairy products, broilers and turkeys, eggs and wood |
| New Brunswick | Apples, potatoes, greenhouse bedding plants, hogs, dairy products, broilers, turkeys, eggs and wood |
| Nova Scotia | Winter grains, potatoes, processing peas, flue-cured tobacco, hogs, dairy products, broilers, turkeys, eggs and pullets and wool |
| Prince Edward Island | Potatoes, pedigreed seed[b], tobacco, hogs, dairy products, broilers and eggs |
| Newfoundland | Broilers, eggs and dairy products |

[a]Excluding inactive boards and those new boards which had not yet completed a full year's operation.

[b]Educational and promotional

TABLE 2. NUMBER OF MARKETING BOARDS AND VALUE OF RECEIPTS BY COMMODITY AND PROVINCE, 1983-84

| Type of Marketing Board | Province | Number of Boards | Value of Receipts | |
|---|---|---|---|---|
| | | | - thousand dollars - | |
| *Regular* | | | | |
| Grains | Ontario | 2 | 122 687 | |
| | Nova Scotia | 1 | 175 | |
| | Total | 3 | | 122 862 |
| Oilseeds | Ontario | 1 | | 234 466 |
| Fruit | British Columbia | 3 | 46 503 | |
| | Ontario | 4 | 79 391 | |
| | Quebec | 1 | 12 832 | |
| | New Brunswick | 1 | 1 250 | |
| | Total | 9 | | 139 976 |
| Vegetables | British Columbia | 2 | 64 387 | |
| | Alberta | 2 | 8 743 | |
| | Saskatchewan | 1 | 400 | |
| | Manitoba | 1 | 11 456 | |
| | Ontario | 6 | 148 085 | |
| | Quebec | 2 | 53 413 | |
| | New Brunswick | 1 | 72 000 | |
| | Nova Scotia | 2 | 5 106 | |
| | Prince Edward Island | 1 | 87 100 | |
| | Total | 18 | | 450 690 |
| Tobacco | Ontario | 2 | 342 258 | |
| | Quebec | 2 | 25 625 | |
| | Nova Scotia | 1 | 2 685 | |
| | Prince Edward Island | 1 | 12 100 | |
| | Total | 6 | | 382 668 |
| Hogs | British Columbia | 1 | 40 982 | |
| | Alberta | 1 | 185 680 | |
| | Saskatchewan | 1 | 71 300 | |
| | Manitoba | 1 | 154 600 | |
| | Ontario | 1 | 582 749 | |
| | New Brunswick | 1 | 18 120 | |
| | Nova Scotia | 1 | 27 608 | |
| | Prince Edward Island | 1 | 18 593 | |
| | Total | 8 | | 1 099 632 |
| Dairy Products[a] | British Columbia | 1 | 217 143 | |
| | Alberta | 1 | 227 493 | |
| | Saskatchewan | 1 | 75 087 | |

(continued)

TABLE 2. NUMBER OF MARKETING BOARDS AND VALUE OF RECEIPTS BY COMMODITY AND PROVINCE, 1983-84 (Continued)

| Type of Marketing Board | Province | Number of Boards | Value of Receipts |
|---|---|---|---|
| | | | - thousand dollars - |
| | Manitoba | 1 | 108 734 |
| | Ontario | 2 | 935 258 |
| | Quebec | 1 | 1 035 827 |
| | New Brunswick | 1 | 48 637 |
| | Nova Scotia | 1 | 71 054 |
| | Prince Edward Island | 2 | 31 296 |
| | Newfoundland | 1 | 7 327 |
| | Total | 12 | 2 757 856 |
| Broilers | British Columbia | 1 | 68 000 |
| | Alberta | 1 | 65 000 |
| | Saskatchewan | 1 | 14 081 |
| | Manitoba | 1 | 21 420 |
| | Ontario | 1 | 189 800 |
| | New Brunswick | 1 | 15 700 |
| | Nova Scotia | 1 | 21 166 |
| | Prince Edward Island | 1 | 623 |
| | Newfoundland | 1 | 7 606 |
| | Total | 9 | 403 396 |
| Turkeys | British Columbia | 1 | 15 167 |
| | Alberta | 1 | 13 765 |
| | Saskatchewan | 1 | 6 190 |
| | Manitoba | 1 | 11 960 |
| | Ontario | 1 | 73 000 |
| | New Brunswick | 1 | 1 600 |
| | Nova Scotia | 1 | 2 950 |
| | Total | 7 | 124 632 |
| Broilers and Turkeys | Quebec | 1 | 204 698 |
| Eggs | British Columbia | 1 | 44 000 |
| | Alberta | 1 | 28 000 |
| | Saskatchewan | 1 | 11 900 |
| | Manitoba | 1 | 46 000 |
| | Ontario | 1 | 152 909 |
| | Quebec | 1 | 40 884 |
| | New Brunswick | 1 | 8 286 |
| | Nova Scotia | 1 | 16 500 |
| | Prince Edward Island | 1 | 2 548 |
| | Newfoundland | 1 | 7 875 |
| | Total | 10 | 358 902 |

(continued)

TABLE 2. NUMBER OF MARKETING BOARDS AND VALUE OF RECEIPTS BY COMMODITY AND PROVINCE, 1983-84 (Continued)

| Type of Marketing Board | Province | Number of Boards | Value of Receipts |
|---|---|---|---|
| | | | - thousand dollars - |
| Wood | Quebec | 14 | 100 615 |
| | New Brunswick | 7 | 45 150 |
| | Total | 21 | 145 765 |
| *Other* | | | |
| Hatching egg | Alberta | 1 | 7 800 |
| Sheep and wool | Saskatchewan and Nova Scotia | 2 | 910 |
| Beef | Manitoba | 1 | 5 538 |
| Honey | Manitoba | 1 | 9 300 |
| White and yellow eye beans | Ontario | 1 | 23 818 |
| Tomato seedling plants | Ontario | 1 | 275 |
| Greenhouse bedding plants | New Brunswick | 1 | 1 000 |
| | Total | 8 | 48 641 |
| **Sub-total** | | 113 | 6 474 184 |
| Canadian Wheat Board | | 1 | 4 643 306 |
| Total boards reporting receipts | | 114 | 11 117 490 |
| *Educational and Promotional* | | | |
| Sheep and wool | British Columbia and Alberta | 2 | |
| Potatoes | Alberta | 1 | |
| Cattle | Alberta | 1 | |
| Blueberries | Quebec | 1 | |
| Cash crops | Quebec | 1 | |
| Hogs | Quebec | 1 | |
| Beef | Quebec | 1 | |
| Sheep and lambs | Quebec | 1 | |
| Dairy (cream) | New Brunswick | 1 | |
| Pedigreed seed | Prince Edward Island | 1 | |
| | Total | 11 | |

(continued)

TABLE 2. NUMBER OF MARKETING BOARDS AND VALUE OF RECEIPTS BY COMMODITY AND PROVINCE, 1983-84 (Concluded)

| Type of Marketing Board | Province | Number of Boards | Value of Receipts |
|---|---|---|---|
| | | | - thousand dollars - |
| *New* | | | |
| (Established in 1983 or earlier but not yet having receipts to report) | | | |
| Sugar beets | Alberta | 1 | |
| Hatching eggs and chicks | Ontario | 1 | |
| Cattle | New Brunswick | 1 | |
| Hogs | Newfoundland | 1 | |
| Vegetables | Newfoundland | 1 | |
| | Total | | 5 |
| *Inactive* | | | |
| Agricultural products | Manitoba | 1 | |
| Berries | Ontario | 1 | |
| Onions | Quebec | 1 | |
| Maple products | Quebec | 1 | |
| Vegetables | Prince Edward Island | 1 | |
| | Total | | 5 |
| Total boards with no reported receipts | | | 21 |
| **Total boards for 1983-84** | | | 135 |

[4]Includes dairy supplementary payments

TABLE 3. NUMBER OF MARKETING BOARDS IN CANADA, BY PROVINCE, 1979-84[a]

| Province and Boards | 1979-80 | 1980-81 | 1981-82 | 1982-83 | 1983-84 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | - number - | | |
| British Columbia | 10 | 9 | 9 | 9 | 10 |
| Alberta | 7 | 7 | 7 | 7 | 8 |
| Saskatchewan | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| Manitoba | 8 | 8 | 7 | 7 | 8 |
| Ontario | 22 | 22 | 22 | 22 | 23 |
| Quebec | 25 | 22 | 24 | 23 | 22 |
| New Brunswick | 12 | 14 | 14 | 15 | 15 |
| Nova Scotia | 9 | 9 | 9 | 10 | 10 |
| Prince Edward Island | 5 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| Newfoundland | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Canadian Wheat Board | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Total boards reporting receipts | 107 | 107 | 109 | 110 | 114 |
| Educational and promotional boards | 8 | 7 | 9 | 9 | 11 |
| Total | 115 | 114 | 118 | 119 | 125 |

[a]Excluding those new boards which had not completed a full year's operation and inactive boards

TABLE 4. NUMBER OF PRODUCERS WHOSE PRODUCTS WERE UNDER JURISDICTION OF MARKETING BOARDS IN CANADA, BY PROVINCE, 1979-84

| Province and Boards | 1979-80 | 1980-81 | 1981-82 | 1982-83[b] | 1983-84 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | number[a] | | |
| British Columbia | 4 584 | 4 614 | 4 625 | 4 609 | 4 843 |
| Alberta | 14 910 | 15 735 | 16 454 | 12 584 | 11 902 |
| Saskatchewan | 12 367 | 13 671 | 12 309 | 10 176 | 9 246 |
| Manitoba | 9 604 | 9 869 | 9 960 | 9 356 | 14 145 |
| Ontario | 81 286 | 84 543 | 31 281 | 75 769 | 81 025 |
| Quebec | 53 281 | 52 055 | 55 874 | 53 697 | 54 054 |
| New Brunswick | 5 265 | 5 659 | 6 991 | 7 267 | 7 632 |
| Nova Scotia | 2 235 | 2 103 | 2 067 | 2 107 | 2 035 |
| Prince Edward Island | 2 116 | 3 108 | 3 064 | 2 699 | 2 511 |
| Newfoundland | 38 | 38 | 58 | 56 | 154 |
| Sub-total | 185 686 | 191 395 | 192 683 | 178 320 | 187 547 |
| Canadian Wheat Board | 151 547 | 147 657 | 146 000 | 146 000 | 145 000 |
| Total boards reporting receipts | 337 233 | 339 052 | 338 683 | 324 320 | 332 547 |
| Educational and promotional boards | 38 606 | 38 415 | 40 418 | 40 026 | 49 813 |
| Total | 375 839 | 377 467 | 378 831 | 364 346 | 382 360 |

[a]Some double counting as a number of farmers may be members of more than one board. Producer figures are not included for inactive boards nor for those new boards that had not yet completed a full year's operations.

[b]Revised

TABLE 5. PRODUCERS' RECEIPTS THROUGH MARKETING BOARDS AS A PERCENTAGE OF FARM CASH RECEIPTS, BY PROVINCE, 1982-83 AND 1983-84

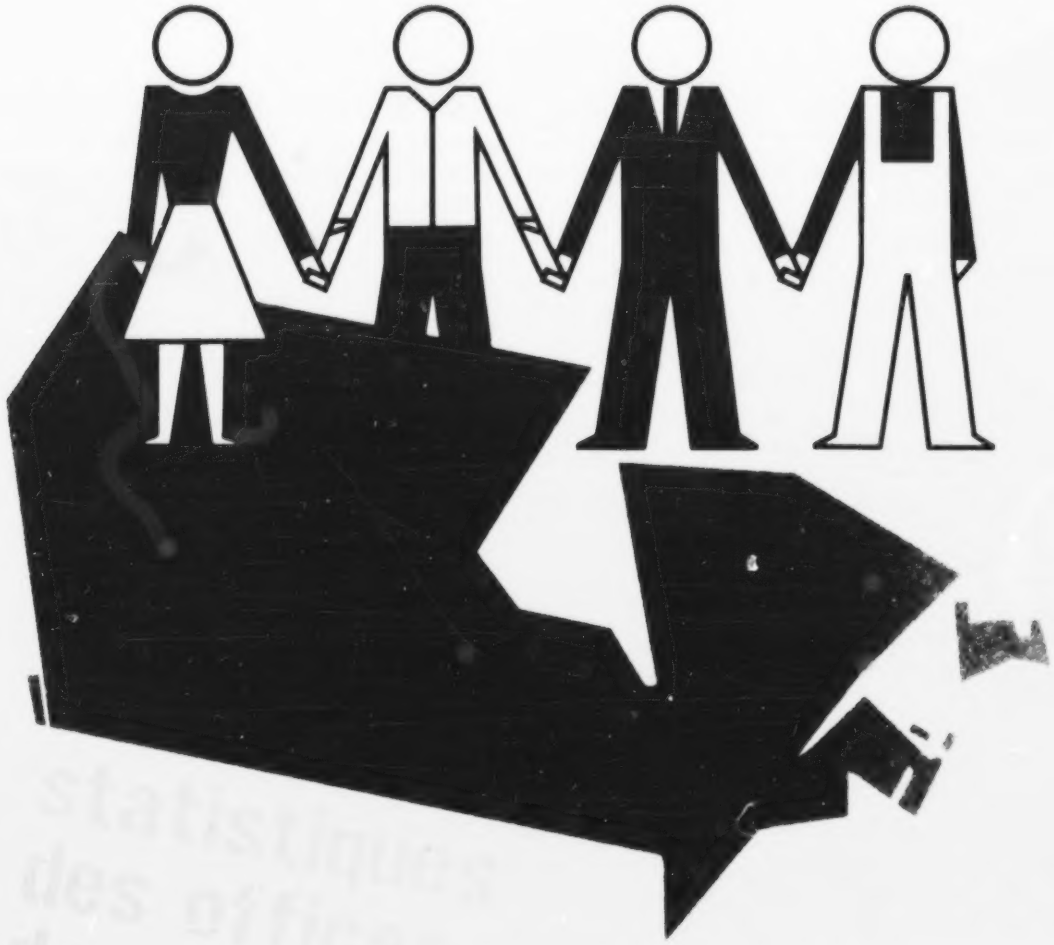
| | 1982-83[a] | | | 1983-84 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Farm cash receipts | Producers' receipts through Marketing Boards[b] | | Farm cash receipts | Producers' receipts through Marketing Boards[b] | |
| | thousand dollars | | percentage | thousand dollars | | percentage |
| British Columbia | 945 192 | 482 392 | 51 | 898 155 | 531 515 | 59 |
| Alberta | 3 869 185 | 1 915 489 | 50 | 3 705 607 | 1 837 528 | 50 |
| Saskatchewan | 4 047 836 | 2 904 070 | 72 | 3 961 534 | 2 846 365 | 72 |
| Manitoba | 1 717 423 | 996 438 | 58 | 1 727 713 | 1 009 327 | 58 |
| Ontario | 4 953 796 | 2 714 634 | 55 | 5 056 896 | 2 884 696 | 57 |
| Quebec[c] | 2 885 402 | 1 513 215 | 52 | 2 754 036 | 1 402 279 | 51 |
| New Brunswick[c] | 195 124 | 125 452 | 64 | 195 573 | 171 355 | 87 |
| Nova Scotia | 233 083 | 144 691 | 62 | 234 989 | 147 354 | 63 |
| Prince Edward Island | 161 355 | 107 570 | 67 | 176 068 | 152 260 | 86 |
| Newfoundland | 34 672 | 14 346 | 41 | 35 229 | 22 808 | 65 |
| Canada | 19 043 068 | 10 918 297 | 57 | 18 745 800 | 11 005 487 | 59 |

[a]Revised
[b]Farm cash receipts are on a calendar year basis while some marketing board returns are reported on a crop year basis
[c]In this table, only wood marketing returns from farm woodlots are included since non-farm woodlot figures are not included in farm cash receipts

TABLE 6. PRODUCERS' RECEIPTS THROUGH MARKETING BOARDS AS A PERCENTAGE OF FARM CASH RECEIPTS, BY COMMODITIES, 1982-83 AND 1983-84

| | 1982-83[a] | | | 1983-84 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Farm cash receipts | Producers' receipts through Marketing Boards[b] | | Farm cash receipts | Producers' receipts through Marketing Boards[b] | |
| | thousand dollars | | percentage | thousand dollars | | percentage |
| Grains[c] | 5 756 718 | 4 813 700 | 84 | 5 737 424 | 4 766 168 | 83 |
| Oilseeds | 916 927 | 207 909 | 23 | 1 138 773 | 234 466 | 21 |
| Fruit | 275 512 | 120 649 | 44 | 269 715 | 139 976 | 52 |
| Vegetables[d] | 688 301 | 343 130 | 50 | 748 412 | 450 690 | 60 |
| Cattle and calves | 3 607 928 | nil | nil | 3 426 048 | 5 538 | 0 |
| Hogs | 1 954 120 | 1 141 857 | 58 | 1 713 417 | 1 099 632 | 64 |
| Dairy products[e] | 2 908 752 | 2 908 752 | 100 | 2 757 856 | 2 757 856 | 100 |
| Poultry | 773 639 | 706 015 | 91 | 766 573 | 732 726 | 96 |
| Eggs | 462 696 | 329 524 | 71 | 483 213 | 358 902 | 74 |
| Other[f] | 1 698 475 | 346 761 | 20 | 1 704 369 | 459 533 | 27 |
| Total | 19 043 068 | 10 918 297 | 57 | 18 745 800 | 11 005 487 | 59 |

[a]Revised.
[b]Farm cash receipts are on a calendar year basis while some marketing board returns are reported on a crop year basis.
[c]Includes wheat, oats, barley, rye, corn, Canadian Wheat Board participation payments, cash advances and deffered grain receipts.
[d]Includes potatoes.
[e]Inlcudes dairy supplementary payments.
[f]In this table, only wood marketing returns from farm woodlots are included since non-farm woodlot figures are not included in farm cash receipts.



statistiques des offices de commercialisation au canada 1983-1984

Agriculture Canada

Canada

# Résumé statistique des OFFICES DE COMMERCIALISATION AU CANADA 1983-1984

J.M. Sullivan

Rédaction et publication de
Section des coopératives
Direction générale de la commercialisation et de l'économie
Agriculture Canada
Edifice Sir John Carling
Ottawa K1A 0C5

©Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1985

**Direction générale de la commercialisation et de l'économie**

# Offices de commercialisation, 1983-1984

## Introduction

Le présent rapport est la 27e édition du genre publiée annuellement par le ministère de l'Agriculture du Canada. Il renferme des statistiques et fait le point sur les résultats obtenus par les offices de commercialisation des produits agricoles au Canada. Les tableaux ont été dressés à partir de données de base fournies par les offices en réponse à un sondage par lettre organisé avec la collaboration des administrations provinciales. Le rapport n'en présente aucune interprétation. L'auteur tient à remercier ici tous ceux qui ont bien voulu lui apporter leur aide.

Ce rapport ne porte que sur les offices qui ont un impact sur les produits agricoles. Tous les types d'organismes agricoles qui s'occupent de commercialisation (agences de vente, conseils, commissions, fédérations, etc.) sont inclus quel que soit le degré de contrôle qu'ils exercent sur la production ou leur désignation officielle. Bien que dans certains cas il s'agisse d'organismes gouvernementaux plutôt que de groupements de producteurs, tous sont inclus de façon à indiquer l'étendue du rôle des offices de commercialisation dans la distribution des produits agricoles de la ferme au circuit de mise en marché.

L'office de commercialisation a été défini comme "un organisme de commercialisation horizontal obligatoire de produits naturels primaires et transformés fonctionnant dans le cadre de pouvoirs délégués par le gouvernement Le caractère obligatoire signifie que toutes les exploitations produisant une denrée donnée dans une région particulière sont obligées par la loi de se conformer aux règlements prévus par un plan de commercialisation. L'aspect horizontal signifie que les offices de commercialisation contrôlent la production de toutes les exploitations participant au système de commercialisation en question et qu'ils regroupent la production en provenance de toutes les exploitations jusqu'à concurrence d'un niveau choisi ou autorisé. L'exercice de l'autorité gouvernementale, par l'intermédiaire d'une législation, est indispensable pour matérialiser l'aspect contraignant requis. Le pouvoir des offices exerçant cette autorité est généralement assez vaste pour influer sur la forme, le moment et le lieu des ventes, et, directement ou indirectement, sur les prix."[1]

Cependant, puisqu'au cours des années le circuit des offices de commercialisation a évolué, tous ces offices ne répondront pas aux critères susmentionnés. Dans certains cas, bien que des offices aient pour la plupart des activités de commercialisation et qu'ils soient créés par la loi, la participation n'est pas obligatoire. Les producteurs peuvent y participer ou non. Ces offices sont toutefois inclus dans les statistiques afin, comme il a été dit au départ, de couvrir l'ensemble de la participation des offices de commercialisation au circuit de mise en marché de produits agricoles.

Les offices de commercialisation sont réglementés soit par le gouvernement fédéral, les administrations provinciales, ou les deux. Un office provincial a compétence sur un produit agricole produit et vendu à l'intérieur de la province. Par contre, les marchandises vendues dans le commerce interprovincial et international relèvent du gouvernement fédéral. Cependant, aux termes de la Loi sur la commercialisation des produits agricoles de 1949, le pouvoir d'un office provincial peut être étendu au commerce interprovincial et à l'exportation. Ces dernières années, près des trois-quarts des offices, c'est-à-dire tous ceux qui l'ont demandé, se sont vus accorder ce pouvoir. Quatre offices créés en vertu des lois fédérales ont appliqué des plans de commercialisation nationaux pour le lait de transformation, les oeufs, le dindon et le poulet de concert avec les offices provinciaux chargés de ces produits (sauf l'Office de commercialisation du poulet à griller de l'Alberta et l'Office de commercialisation du lait de la Colombie-Britannique qui n'étaient pas membres de leur plan national respectif en 1983-1984; toutefois, l'office de l'Alberta, depuis le milieu de 1983, a conclu un accord avec l'Office national du poulet en vue de contrôler la production dans cette province tandis que l'office de la Colombie-Britannique est revenu au plan national le 1er novembre 1984). Un cinquième office fédéral joue un rôle d'agent distributeur de la plupart des céréales produites dans les provinces des Prairies.

Les fonctions des offices de commercialisation peuvent s'étendre à la négociation des prix, à la désignation d'agents distributeurs particuliers, à l'imposition de contingents de mise en marché, à l'établissement de subventions au transport ou à d'autres questions associées à la mise en marché de produits agricoles primaires particuliers. Certains offices peuvent percevoir des prélèvements auprès de ceux qui produisent ou distribuent un produit quelconque. Ces prélèvements servent à financer les opérations des offices notamment la péréquation des revenus des producteurs.

[1] G.A. Hiscocks, «*Market Regulation in Canada*», l'Économie agricole au Canada, Direction générale de l'économie, ministère de l'Agriculture du Canada, juin 1972, p 20

Les données des tableaux ne touchent qu'un seul office fédéral, la Commission canadienne du blé (CCB). Les revenus des producteurs distribués par l'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO), l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) et l'Office canadien de commercialisation du poulet (OCCP) sont attribués aux offices provinciaux dont ils découlent. Les données sur la Commission canadienne du lait (CCL) qui coordonne le plan national de répartition du marché du lait de transformation sont également attribuées aux offices provinciaux compétents. Tous les autres offices relèvent des administrations provinciales.

## Tour d'horizon statistique

Les recettes à la production découlant de la vente de produits agricoles par l'entremise des offices de commercialisation sont demeurées pratiquement inchangées en 1983-1984, augmentant légèrement de 95 millions de dollars, ou de 0,9 %.

Les légères baisses enregistrées dans les revenus de la Commission canadienne du blé, des offices de commercialisation des produits laitiers et du porc ont été pratiquement équilibrées par les profits réalisés par la plupart des autres offices de commercialisation dont bon nombre sont en train de récupérer après les mauvaises annees connues en 1982 et 1983.

L'événement le plus marquant que révèle l'analyse des résultats des offices de commercialisation durant cette période a été une baisse des revenus des offices de commercialisation du lait probablement pour la première fois de mémoire d'homme. Les revenus à la production ont chuté de 151 millions de dollars, ou de 5 %. Cette période en a été une de rajustement pour les producteurs laitiers. Avec une accumulation des stocks due à un surplus de production et à une baisse de la consommation associée à d'importants surplus sur les marchés mondiaux des produits laitiers, la Commission canadienne du lait a dû imposer des mesures sévères à la fin de 1982 afin d'harmoniser la production à la consommation. Entre autres mesures, elle a imposé de strictes coupures de contingent, augmenté les prélèvements à la production et remis l'entière responsabilité financière de la production hors-contingent aux provinces, afin de rationaliser la situation dans ce secteur fondamental et traditionnel de l'agriculture canadienne.

Les offices de commercialisation des céréales (la Commission canadienne du blé exceptée) ont connu les plus grands accroissements ayant vu les recettes à la production doublées ce qui a été favorisé par la relance de l'Office de commercialisation du blé d'hiver de l'Ontario qui a connu une récolte normale après le désastre de l'année précédente. Dans la même veine, les revenus des offices de commercialisation du tabac ont remonté la pente après le gel qui a frappé les cultures de l'Ontario en 1982-1983. Toutefois, les recettes de 383 millions de dollars ne dépassent que légèrement celles de 1981-1982, l'offre mondiale excédentaire limitant les prix. Les dépenses des producteurs ont continué à augmenter toutefois et pourraient même être plus lourdes en 1984-1985. Aussi, pour répondre à des représentations de producteurs, le Fédéral a-t-il pris des mesures qui pourraient conduire à la création d'un office national de commercialisation du tabac afin de tenter d'harmoniser les intérêts des producteurs, des fabricants et des consommateurs.

Les revenus de la Commission canadienne du blé ont diminué d'environ 2 %. Bien que l'objectif d'exporter 30 millions de tonnes ait été atteint en 1983-1984, un an plus tôt que prévu, les prix des céréales ont été soumis à d'énormes pressions en raison d'une offre mondiale abondante qui a rendu extrêmement dure la situation de la mise en marché. Toutefois, le marché du soja, contrairement à celui des céréales, a été assez bon car la sécheresse aux États-Unis a entraîné une baisse de la production mondiale et partant, une progression des prix. Bien que la production de soja en Ontario ait aussi fléchi de 18 % en raison de la sécheresse, les recettes globales de l'Office de commercialisation du soja ont augmenté de 13 %.

Les revenus des offices de commercialisation des légumes ont augmenté à travers le pays avec une baisse de la production locale, ainsi qu'en Europe et dans certaines parties des États-Unis, entraînant ainsi une augmentation des prix. Mais la plus grande contribution vient des offices de commercialisation de la pomme de terre du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard. Ces deux provinces, qui n'ont connu qu'une légère baisse de la production, ont eu de bons revenus, car la baisse de la production de pommes de terre dans la plupart des régions d'Amérique du Nord et d'Europe a fait doubler les prix. Les revenus des offices de commercialisation des fruits ont progressé d'environ 19 millions de dollars pratiquement pour les mêmes raisons que pour les légumes, une plus faible production globale. Ce raffermissement est dû principalement à la pomme et aux raisins, y compris à l'achat des raisins en surplus de l'Ontario par l'Office fédéral de commercialisation des produits agricoles pour les revendre aux producteurs de brandy.

Les revenus des offices de commercialisation de la volaille ont augmenté d'environ 4 % au cours de la période. Les revenus engendrés par le poulet à griller ont augmenté de presque 10 %

avec une offre plus limitée et par conséquent des prix plus élevés. Les revenus engendrés par le dindon n'ont pas changé. La baisse des prix du porc associée à un chômage élevé a entraîné une chute des prix qui a été compensée par une hausse de la consommation. Les producteurs d'oeufs ont bénéficié de prix et de revenus supérieurs mais au prix d'une faible consommation et d'une hausse des surplus qui ont été achetés par l'Office canadien de commercialisation des oeufs afin de les revendre à plus bas prix pour la casse. En conséquence, l'OCCO a voté une baisse de 5 % du contingent de production qui est appliquée depuis janvier 1984.

Les revenus des offices de commercialisation du bois ont repris avec la relance de l'économie générale, le secteur des pâtes et papiers, très sensible au cycle économique, ayant acheté plus de facteurs de production à la suite de l'augmentation du produit national brut après le creux atteint durant la récession de 1982. L'Office de commercialisation des haricots de l'Ontario a également connu une certaine amélioration de sa situation en 1983-1984. L'offre excédentaire de l'année antérieure a disparu et la hausse résultante des prix a donné lieu à une augmentation totale de près du tiers des revenus. Les revenus des offices de commercialisation du porc ont diminué de 4 %, le prix chutant à la suite de l'augmentation des ventes, en particulier aux États-Unis.

Le nombre d'offices de commercialisation actifs a connu des modifications assez appréciables comparativement à ces dernières années et a augmenté de 6 à 125 (Tableaux 2 et 3). Les provinces de l'Ouest, de l'Ontario et de Terre-Neuve ont eu chacune un nouvel office de commercialisation durant cette période tandis qu'au Québec quatre nouveaux offices s'ajoutaient au groupe d'éducation et de promotion. Le nombre d'offices inactifs est passé à cinq avec l'addition de l'Office de commercialisation des produits de l'érable au Québec, et le nombre total d'offices a augmenté de 8 à 135.

Le nombre de membres des offices de commercialisation a augmenté d'environ 18 000 durant l'année avec l'addition d'un office de commercialisation des bovins au Manitoba, la reprise de l'Office de commercialisation du blé d'hiver en Ontario et l'addition de nouveaux offices de promotion au Québec.

La part des revenus agricoles en espèces allant aux offices de commercialisation a augmenté de 2 points de pourcentage durant l'année pour atteindre 59 en dépit d'une baisse de 1 point de pourcentage dans le cas des céréales dont la part se situe maintenant à 83 %. Les plus grosses augmentations ont été constatées dans le cas des fruits, des légumes avec la pomme de terre des Maritimes et "d'autres denrées" principalement le tabac et le bois et dans une plus faible mesure le porc, la volaille et les oeufs. Malgré une augmentation de la valeur des ventes, les oléagineux ont été le seul groupe, à part les céréales, à connaître une baisse de leurs contributions aux revenus, le colza canola, le colza et le lin, qui ne sont pas régis par des offices de commercialisation, ayant connu des hausses proportionnellement plus élevées que celle de l'Office de commercialisation du soja en Ontario.

À l'échelle provinciale, la part des offices de commercialisation a connu des modifications appréciables. Terre-Neuve vient en tête, augmentant de 24 points de pourcentage pour passer à 65, avec l'incorporation des revenus de l'Office de commercialisation des produits laitiers pour la première fois. Les augmentations ont été de 23 et de 19 points au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard respectivement, la valeur des ventes dans le secteur fluctuant de la pomme de terre s'élevant cette année. La part de la Colombie-Britannique a connu une hausse appréciable de 8 points, les revenus étant attribués à l'Office de commercialisation du porc qui est devenu un office permanent plutôt qu'un office de promotion comme par les années antérieures. Le Québec, avec une légère baisse de 1 point, a été la seule province à connaître une baisse cette année, alors que dans le cas de la Saskatchewan et de l'Alberta les chiffres n'ont pas changé. Le Québec, le plus gros producteur de lait, a été touché par la baisse des revenus engendrée par les produits laitiers. L'Ontario, la plus grande province en ce qui a trait aux revenus agricoles en espèces, a dépassé la Saskatchewan pour ce qui est des revenus à la production découlant des ventes par les offices de commercialisation.

Deux nouveaux offices de commercialisation ont été créés en 1983-1984:

-- the Saskatchewan Pulse Crop Development Board (l'Office de commercialisation des légumineuses de la Saskatchewan) et
-- the Prince Edward Island Plant Tissue Marketing Commission (la Commission de commercialisation de tissus végétaux de l'Île-du-Prince-Édouard).

Un répertoire de tous les offices de commercialisation des produits agricoles du Canada peut être obtenu de la Section des coopératives et des organismes de commercialisation des producteurs de la Direction générale de la commercialisation et de l'économie du ministère de l'Agriculture du Canada.

TABLEAU 1. PRODUITS MIS EN MARCHÉ PAR LES OFFICES CANADIENS DE COMMERCIALISATION, 1983-1984[a]

| Province | Produits |
|---|---|
| Colombie-Britannique | Céréales, fruits de verger, canneberges, raisins de transformation, champignons, légumes, porcs, moutons et laine[b], produits laitiers, poulets à griller, dindons et oeufs |
| Alberta | Céréales, pommes de terre[b], légumes frais et de transformation, bovins[b], porcs, moutons et laine[b], produits laitiers, poulets à griller, dindons, oeufs et poules et oeufs d'incubation |
| Saskatchewan | Céréales, légumes, bovins, porcs, moutons et laine, produits laitiers, poulets à griller, dindons et oeufs |
| Manitoba | Céréales, légumes, porcs, produits laitiers, poulets à griller, dindons, oeufs et poulettes et miel |
| Ontario | Blé d'hiver, maïs de semence, soja, pommes, fruits tendres, raisins (consommation et transformation), pommes de terre (consommation et transformation), asperges, légumes de serre, rutabagas, légumes de transformation, jeunes plants de tomate, tabac (burley et jaune) haricots à hile blanche et jaune, porcs, produits laitiers, poulets à griller, dindons et oeufs |
| Québec | Céréales[b], pommes, bleuets[b], pommes de terre, légumes de transformation, tabac (à cigare, à pipe et jaune), bovins[b], porcs[b], agneaux et moutons[b], produits laitiers, poulets à griller et dindons, oeufs et bois |
| Nouveau-Brunswick | Pommes, pommes de terre, plantes à massif en serre, porcs, produits laitiers, poulets à griller, dindons, oeufs et bois |
| Nouvelle-Écosse | Céréales d'hiver, pommes de terre, pois de transformation, tabac jaune, porcs, produits laitiers, poulets à griller, dindons, oeufs et poulettes et laine |
| Île-du-Prince-Édouard | Pommes de terre, semences sélectionnées[b], tabac, porcs, produits laitiers, poulets à griller et dindons et oeufs |
| Terre-Neuve | Poulets à griller, oeufs et produits laitiers |

[a]Non inclus les offices inopérants et les nouveaux offices n ayant pas complété une année d opération

[b]À vocation éducative et promotionnelle

TABLEAU 2. NOMBRE D'OFFICES DE COMMERCIALISATION ET VALEUR DES RECETTES, PAR PRODUIT ET PAR PROVINCE, 1983-1984

| Type d'office de commercialisation | Province | Nombre d'offices | Recettes |
|---|---|---|---|
| | | | - milliers de $ - |
| *Offices normaux* | | | |
| Céréales | Ontario | 2 | 122 687 |
| | Nouvelle-Écosse | 1 | 175 |
| | Total | 3 | 122 862 |
| Oléagineux | Ontario | 1 | 234 466 |
| Fruits | Colombie-Britannique | 3 | 46 503 |
| | Ontario | 4 | 79 391 |
| | Québec | 1 | 12 832 |
| | Nouveau-Brunswick | 1 | 1 250 |
| | Total | 9 | 139 976 |
| Légumes | Colombie-Britannique | 2 | 64 387 |
| | Alberta | 2 | 8 743 |
| | Saskatchewan | 1 | 400 |
| | Manitoba | 1 | 11 456 |
| | Ontario | 6 | 148 085 |
| | Québec | 2 | 53 413 |
| | Nouveau-Brunswick | 1 | 72 000 |
| | Nouvelle-Écosse | 2 | 5 106 |
| | Île-du-Prince-Édouard | 1 | 87 100 |
| | Total | 18 | 450 690 |
| Tabac | Ontario | 2 | 342 258 |
| | Québec | 2 | 25 625 |
| | Nouvelle-Écosse | 1 | 2 685 |
| | Île-du-Prince-Édouard | 1 | 12 100 |
| | Total | 6 | 382 668 |
| Porcs | Colombie-Britannique | 1 | 40 982 |
| | Alberta | 1 | 185 680 |
| | Saskatchewan | 1 | 71 300 |
| | Manitoba | 1 | 154 600 |
| | Ontario | 1 | 582 749 |
| | Nouveau-Brunswick | 1 | 18 120 |
| | Nouvelle-Écosse | 1 | 27 608 |
| | Île-du-Prince-Édouard | 1 | 18 593 |
| | Total | 8 | 1 099 632 |
| Produits laitiers[a] | Colombie-Britannique | 1 | 217 143 |
| | Alberta | 1 | 227 493 |
| | Saskatchewan | 1 | 75 087 |

(à suivre)

TABLEAU 2. NOMBRE D'OFFICES DE COMMERCIALISATION ET VALEUR DES RECETTES, PAR PRODUIT ET PAR PROVINCE, 1983-1984 (Suite)

| Type d'office de commercialisation | Province | Nombre d'offices | Recettes |
|---|---|---|---|
| | | | - milliers de $ - |
| | Manitoba | 1 | 108 734 |
| | Ontario | 2 | 935 258 |
| | Québec | 1 | 1 035 827 |
| | Nouveau-Brunswick | 1 | 48 637 |
| | Nouvelle-Écosse | 1 | 71 054 |
| | Île-du-Prince-Édouard | 2 | 31 296 |
| | Terre-Neuve | 1 | 7 327 |
| | Total | 12 | 2 757 856 |
| Poulets à griller | Colombie-Britannique | 1 | 68 000 |
| | Alberta | 1 | 65 000 |
| | Saskatchewan | 1 | 14 081 |
| | Manitoba | 1 | 21 420 |
| | Ontario | 1 | 189 800 |
| | Nouveau-Brunswick | 1 | 15 700 |
| | Nouvelle-Écosse | 1 | 21 166 |
| | Île-du-Prince-Édouard | 1 | 623 |
| | Terre-Neuve | 1 | 7 606 |
| | Total | 9 | 403 396 |
| Dindons | Colombie-Britannique | 1 | 15 167 |
| | Alberta | 1 | 13 765 |
| | Saskatchewan | 1 | 6 190 |
| | Manitoba | 1 | 11 960 |
| | Ontario | 1 | 73 000 |
| | Nouveau-Brunswick | 1 | 1 600 |
| | Nouvelle-Écosse | 1 | 2 950 |
| | Total | 7 | 124 632 |
| Poulets à griller et dindons | Québec | 1 | 204 698 |
| Oeufs | Colombie-Britannique | 1 | 44 000 |
| | Alberta | 1 | 28 000 |
| | Saskatchewan | 1 | 11 900 |
| | Manitoba | 1 | 46 000 |
| | Ontario | 1 | 152 909 |
| | Québec | 1 | 40 884 |
| | Nouveau-Brunswick | 1 | 8 286 |
| | Nouvelle-Écosse | 1 | 16 500 |
| | Île-du-Prince-Édouard | 1 | 2 548 |
| | Terre-Neuve | 1 | 7 875 |
| | Total | 10 | 358 902 |

(à suivre)

TABLEAU 2. NOMBRE D'OFFICES DE COMMERCIALISATION ET VALEUR DES RECETTES, PAR PRODUIT ET PAR PROVINCE, 1983-1984 (Suite)

| Type d'office de commercialisation | Province | Nombre d'offices | Recettes |
|---|---|---|---|
| | | | - milliers de $ - |
| Bois | Québec | 14 | 100 615 |
| | Nouveau-Brunswick | 7 | 45 150 |
| | Total | 21 | 145 765 |
| *Autres* | | | |
| Oeufs d'incubation | Alberta | 1 | 7 800 |
| Moutons et laine | Saskatchewan et Nouvelle-Écosse | 2 | 910 |
| Bovins | Manitoba | 1 | 5 538 |
| Miel | Manitoba | 1 | 9 300 |
| Haricots à hile blanche et jaune | Ontario | 1 | 23 818 |
| Jeunes plants de tomate | Ontario | 1 | 275 |
| Plantes à massif en serre | Nouveau-Brunswick | 1 | 1 000 |
| | Total | 8 | 48 641 |
| **Total partiel** | | 113 | 6 474 184 |
| Commission canadienne du blé | | 1 | 4 643 306 |
| Nombre total d'offices ayant déclaré des recettes | | 114 | 11 117 490 |
| *Offices à vocation éducative et promotionnelle* | | | |
| Moutons et laine | Colombie-Britannique et Alberta | 2 | |
| Pommes de terre | Alberta | 1 | |
| Bovins | Alberta | 1 | |
| Bleuets | Québec | 1 | |
| Cultures commerciales | Québec | 1 | |
| Porcs | Québec | 1 | |
| Bovins | Québec | 1 | |

(à suivre)

TABLEAU 2. NOMBRE D'OFFICES DE COMMERCIALISATION ET VALEUR DES RECETTES, PAR PRODUIT ET PAR PROVINCE, 1983-1984 (Fin)

| Type d'office de commercialisation | Province | | Nombre d'offices | Recettes |
|---|---|---|---|---|
| | | | | - milliers de $ - |
| Agneaux et moutons | Québec | | 1 | |
| Produits laitiers (crème) | Nouveau-Brunswick | | 1 | |
| Semences sélectionnées | Île-du-Prince-Édouard | | 1 | |
| | | Total | | 11 |
| *Nouveaux offices* | | | | |
| (Créés en 1983 ou plus tôt, mais qui n'ont pas déclaré de recettes) | | | | |
| Betteraves sucrière | Alberta | | 1 | |
| Oeufs d'incubation et poussins | Ontario | | 1 | |
| Bovins | Nouveau-Brunswick | | 1 | |
| Porcs | Terre-Neuve | | 1 | |
| Légumes | Terre-Neuve | | 1 | |
| | | Total | | 5 |
| *Offices inactifs* | | | | |
| Produits agricoles | Manitoba | | 1 | |
| Petits fruits | Ontario | | 1 | |
| Oignons | Québec | | 1 | |
| Produits de l'érable | Québec | | 1 | |
| Légumes | Île-du-Prince-Édouard | | 1 | |
| | | Total | | 5 |
| Nombre total d'offices n'ayant pas déclaré de recettes | | | | 21 |
| **Nombre total d'offices en 1983-84** | | | | 135 |

[a]Comprend les paiements supplémentaires au titre des produits laitiers

TABLEAU 3. NOMBRE D'OFFICES DE COMMERCIALISATION AU CANADA, PAR PROVINCE, 1979 À 1984[a]

| Province et offices | 1979-1980 | 1980-1981 | 1981-1982 | 1982-1983 | 1983-1984 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | nombre | | |
| Colombie-Britannique | 10 | 9 | 9 | 9 | 10 |
| Alberta | 7 | 7 | 7 | 7 | 8 |
| Saskatchewan | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| Manitoba | 8 | 8 | 7 | 7 | 8 |
| Ontario | 22 | 22 | 22 | 22 | 23 |
| Québec | 25 | 22 | 24 | 23 | 22 |
| Nouveau-Brunswick | 12 | 14 | 14 | 15 | 15 |
| Nouvelle-Écosse | 9 | 9 | 9 | 10 | 10 |
| Île-du-Prince-Édoaurd | 5 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| Terre-Neuve | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Commission canadienne du blé | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Nombre d'offices ayant déclaré des recettes | 107 | 107 | 109 | 110 | 114 |
| Offices à vocation éducative et promotionelle | 8 | 7 | 9 | 9 | 11 |
| Total | 115 | 114 | 118 | 119 | 125 |

[a]Non inclus les offices inopérants et les nouveaux offices n'ayant pas complété une année d'opération

TABLEAU 4. NOMBRE D'AGRICULTEURS DONT LES PRODUITS TOMBENT SOUS LA JURIDICTION DES OFFICES DE COMMERCIALISATION, PAR PROVINCE, 1979 À 1984

| Province et offices | 1979-1980 | 1980-1981 | 1981-1982 | 1982-1983[b] | 1983-1984 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | nombre[a] | | |
| Colombie-Britannique | 4 584 | 4 614 | 4 625 | 4 609 | 4 843 |
| Alberta | 14 910 | 15 735 | 16 454 | 12 584 | 11 902 |
| Saskatchewan | 12 367 | 13 671 | 12 309 | 10 176 | 9 246 |
| Manitoba | 9 604 | 9 869 | 9 960 | 9 356 | 14 145 |
| Ontario | 81 286 | 84 543 | 31 281 | 75 769 | 81 025 |
| Québec | 53 281 | 52 055 | 55 874 | 53 697 | 54 054 |
| Nouveau-Brunswick | 5 265 | 5 659 | 6 991 | 7 267 | 7 632 |
| Nouvelle-Écosse | 2 235 | 2 103 | 2 067 | 2 107 | 2 035 |
| Île-du-Prince-Édouard | 2 116 | 3 108 | 3 064 | 2 699 | 2 511 |
| Terre-Neuve | 38 | 38 | 58 | 56 | 154 |
| Total partiel | 185 686 | 191 395 | 192 683 | 178 320 | 187 547 |
| Commission canadienne du blé | 151 547 | 147 657 | 146 000 | 146 000 | 145 000 |
| Nombre total d'offices ayant déclaré des recettes | 337 233 | 339 052 | 338 683 | 324 320 | 332 547 |
| Offices à vocation éducative et promotionnelle | 38 606 | 38 415 | 40 418 | 40 026 | 49 813 |
| Total | 375 839 | 377 467 | 378 831 | 364 346 | 382 360 |

[a]Comme les producteurs peuvent appartenir à plusieurs offices, il peut y avoir des doubles comptes. Les membres des offices inactifs ou de ceux qui n'ont été actifs qu'une partie de l'année ne sont pas pris en compte

[b]Chiffres corrigés

## TABLEAU 5. PART DES RECETTES AGRICOLES EN ESPÈCES REPRÉSENTÉE PAR LES RECETTES DES OFFICES DE COMMERCIALISATION, PAR PROVINCE, 1982-1983 ET 1983-1984

| | 1982-83[a] | | | 1983-84 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Recettes agricoles en espèces | Recettes tirées des offices de commercialisation[b] | | Recettes agricoles en espèces | Recettes tirées des offices de commercialisation[b] | |
| | milliers de $ | | pourcentage | milliers de $ | | pourcentage |
| Colombie-Britannique | 945 192 | 482 392 | 51 | 898 155 | 531 515 | 59 |
| Alberta | 3 869 185 | 1 915 489 | 50 | 3 705 607 | 1 837 528 | 50 |
| Saskatchewan | 4 047 836 | 2 904 070 | 72 | 3 961 534 | 2 846 365 | 72 |
| Manitoba | 1 717 423 | 996 438 | 58 | 1 727 713 | 1 009 327 | 58 |
| Ontario | 4 953 796 | 2 714 634 | 55 | 5 056 896 | 2 884 696 | 57 |
| Québec[c] | 2 885 402 | 1 513 215 | 52 | 2 754 036 | 1 402 279 | 51 |
| Nouveau-Brunswick[c] | 195 124 | 125 452 | 64 | 195 573 | 171 355 | 87 |
| Nouvelle-Écosse | 233 083 | 144 691 | 62 | 234 989 | 147 354 | 63 |
| Île-du-Prince-Édouard | 161 355 | 107 570 | 67 | 176 068 | 152 260 | 86 |
| Terre-Neuve | 34 672 | 14 346 | 41 | 35 229 | 22 808 | 65 |
| Canada | 19 043 068 | 10 918 297 | 57 | 18 745 800 | 11 005 487 | 59 |

[a] Chiffres corrigés

[b] Les recettes agricoles en espèces ont été déclarées en fonction de l'année civile, tandis que certains offices de commercialisation font rapport en fonction de l'année de récolte

[c] Dans ce tableau, seulement les recettes du marché boisé des fermes sont comprises. Les figures des lots non-boisés des fermes ne sont pas comprises dans les recettes agricoles en espèces

## TABLEAU 6. PART DES RECETTES AGRICOLES EN ESPÈCES REPRÉSENTÉE PAR LES RECETTES DES OFFICES DE COMMERCIALISATION PAR PRODUIT, 1982-1983 ET 1983-1984

| | 1982-83[a] | | | 1983-84 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Recettes agricoles en espèces | Recettes tirées des offices de commercialisation[b] | | Recettes agricoles en espèces | Recettes tirées des offices de commercialisation[b] | |
| | milliers de $ | | pourcentage | milliers de $ | | pourcentage |
| Céréales[c] | 5 756 718 | 4 813 700 | 84 | 5 737 424 | 4 766 168 | 83 |
| Oléagineux | 916 927 | 207 909 | 23 | 1 138 773 | 234 466 | 21 |
| Fruits | 275 512 | 120 649 | 44 | 269 715 | 139 976 | 52 |
| Légumes[d] | 688 301 | 343 130 | 50 | 748 412 | 450 690 | 60 |
| Bovins et veaux | 3 607 928 | néant | néant | 3 426 048 | 5 538 | 0 |
| Porcs | 1 954 120 | 1 141 857 | 58 | 1 713 417 | 1 099 632 | 64 |
| Produits laitiers[e] | 2 908 752 | 2 908 752 | 100 | 2 757 856 | 2 757 856 | 100 |
| Volaille | 773 639 | 706 015 | 91 | 766 573 | 732 726 | 96 |
| Oeufs | 462 696 | 329 524 | 71 | 483 213 | 358 902 | 74 |
| Autres[f] | 1 698 475 | 346 761 | 20 | 1 704 369 | 459 533 | 27 |
| Total | 19 043 068 | 10 918 297 | 57 | 18 745 800 | 11 005 487 | 59 |

[a] Chiffres corrigés

[b] Les recettes agricoles en espèces ont été déclarées en fonction de l'année civile, tandis que certains offices de commercialisation font rapport en fonction de l'année de récolte

[c] Comprend le blé, l'avoine, l'orge, le seigle, le maïs ainsi que les paiements, les avances et les recettes différés de la Commission canadienne du blé

[d] Pommes de terre comprises.

[e] Comprend les paiements supplémentaires au titre des produits laitiers

[f] Dans ce tableau, seulement les recettes du marché boisé des fermes sont comprises. Les figures des lots non-boisés des fermes ne sont pas comprises dans les recettes agricoles en espèces